

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи



О.Б.Жильцов
2019 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Основи виробництва медіапродукту:

Виробництво інтернет-контенту

для студентів

спеціальності 061

«Журналістика»

освітнього рівня

другого (магістерського)

освітньої програми

«Журналістика», «Медіакомунікації»



Київ – 2019

Розробники: Досенко Анжеліка Костянтинівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Досенко Анжеліка Костянтинівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа

Протокол від « 29 » 08 2019 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  (В. О. Гандзюк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) _____

_____ . _____ 20 _____ р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи)  (М.С. Васьків)

Робочу програму перевірено

_____ . _____ 20 _____ р.

Заступник директора Інституту журналістики  (О.А. Росінська)

Пролонговано:

на 20____/20____ н.р. _____ (_____), “____” 20____ р., протокол №____
на 20____/20____ н.р. _____ (_____), “____” 20____ р., протокол №____
на 20____/20____ н.р. _____ (_____), “____” 20____ р., протокол №____
на 20____/20____ н.р. _____ (_____), “____” 20____ р., протокол №____

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов
2018 року



РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Основи виробництва медіапродукту:

Виробництво інтернет-контенту

для студентів

спеціальності 061

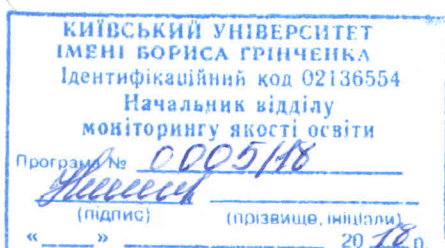
«Журналістика»

освітнього рівня

другого (магістерського)

освітньої програми

«Журналістика», «Медіакомунікації»




Київ – 2018

Розробники: Досенко Анжеліка Костянтинівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Досенко Анжеліка Костянтинівна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа

Протокол від « 30 » серпня 2018 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  О.О. Семенець

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) _____

26 . 09 20 18 р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи)  (М.С. Васьків)

Робочу програму перевірено

03 . 10 20 18 р.

Заступник директора Інституту журналістики  (О.А. Росінська)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “____” ____ 20__ р., протокол № ____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “____” ____ 20__ р., протокол № ____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “____” ____ 20__ р., протокол № ____
на 20__/20__ н.р. _____ (_____), “____” ____ 20__ р., протокол № ____

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формою навчання	
	Денна	заочна
Основи виробництва медіапродукту: Виробництво інтернет-контенту		
Вид дисципліни	обов'язкова	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	60	60
курс	5	5
Семестр	9	9
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	2
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, у тому числі:		
аудиторних	16	8
Модульні контрольні	4	
Семестровий контроль	-	
Самостійна робота	40	52
Форма семестрового контролю	залік	залік

2. МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета курсу «Основи виробництва медіапродукту: Виробництво інтернет-контенту» – ознайомити студентів з теоретичними засадами та основними технологіями виробництва інтернет-контенту.

Завдання курсу:

- сформувати у студентів техніки інтерпретації понять «медіапродукт», «контент» («інтернет-контент», «цифровий контент», «мультимедійний контент») та визначення їх сутнісних характеристик в контексті медіа середовища як відкритої системи;
- ознайомити студентів із теоретико-методологічними засадами формування та просування на медіа ринку актуального інтернет-контенту;
- виробити у студентів технологічні навички формування та просування в медіа середовищі (монетизації) актуального інтернет-контенту.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

За підсумками вивчення дисципліни студенти будуть **знати**:

- сутності, різновидах та основних засадах виробництва медіа продукту;
- теоретико-методологічних засадах виробництва різних видів інтернет-контенту;
- технологічних аспектах формування унікального / неунікального інтернет-контенту;
- економічних та психологічних аспектах просування актуального інтернет-контенту;

будуть **вміти**:

- ідентифікувати інтернет-контент за його сутнісними характеристиками;
- формувати інтернет-контент;
- реалізовувати стратегії монетизації інтернет-контенту;
- прогнозувати тенденції розвитку інтернет-контенту.

Компетентності, яких набувають студенти, згідно із освітньо-професійною програмою: **загальні** (ЗК1 - Здатність до комплексно розв'язання проблем, ЗК3- Здатність до креативності, ЗК8 - Здатність до задоволення потреб споживачів, ЗК9 - Здатність до комунікацій), **фахові** (ФК2 - Здатність знаходитись у контексті подій, ФК3 - Здатність до планування медіапроцесу, ФК5 - Здатність до виокремлення новини (факту), ФК6 - Здатність подавати інформацію у відповідній журналістській формі, ФК8- Здатність працювати у команді, ФК9 - Виступати у ролі журналіста-підприємця (розуміти економічні основи професії, ринкові можливості тощо), ФК10 - Сприяти оновленню професії).

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
	Разом	Аудиторні					Самостійна робота
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	індивідуальні	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I							
Теоретико-методологічні та соціокультурні засади інтернет-контенту							
Тема 1. Поняття <i>інтернет-контенту</i> . <i>Візуальність</i> як феномен сучасного медіа	12	2				10	
Тема 2. Трансформація сучасної <i>медіа</i>	2			2			
Тема 3. Варіативність <i>запитів на контент</i> в контексті <i>теорії поколінь</i>	12			2		10	
Тема 4. Види <i>інтернет-контенту</i> .	2			2			
Тема 5. Системні характеристики <i>унікального та неунікального інтернет-контенту</i>	2			2			
Модульна контрольна робота 1	2						
Разом	32	2		8		20	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II							
Технології виробництва та просування інтернет-контенту							
Тема 7. Управління <i>інтернет-контентом</i> . Технології створення <i>мультимедійного контенту</i>	12	2				10	
Тема 8. Технології генерації <i>візуального контенту</i> .	2			2			
Тема 9. Технології просування / продажу <i>інтернет-контенту</i>	12			2		10	
Модульна контрольна робота 2	2						
Разом	28	2		4		20	
Разом за навчальним планом	60	4		12		40	

4.2. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви теоретичних розділів	Розподіл годин між видами робіт						
	Разом	Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I							
Теоретико-методологічні та соціокультурні засади інтернет-контенту							
Тема 1 Поняття <i>інтернет-контенту</i> . <i>Візуальність</i> як феномен сучасного медіа	12	2					10
Тема 2 Трансформація сучасної <i>медіа</i>							
Тема 3 Варіативність <i>запитів на контент</i> в контексті <i>теорії</i>	10						10
Тема 4 Види <i>інтернет-контенту</i> .							
Тема 5 Системні характеристики <i>унікального та неунікального інтернет-контенту</i>							
Разом	22	2					20
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II							
Технології виробництва та просування інтернет-контенту							
Тема 7. Управління <i>інтернет-контентом</i> . Технології створення <i>мультимедійного контенту</i>	14			2			12
Тема 8. Технології генерації <i>візуального контенту</i>	12			2			10
Тема 9 Технології просування / продажу <i>інтернет-контенту</i>	12			2			10
Разом	38			6			32
Разом за навчальним планом	60	2		6			52

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І

Теоретико-методологічні та соціокультурні засади інтернет-контенту

Лекція 1. Поняття інтернет-контенту (2 год.).

Структурні характеристики медіа середовища як відкритої системи. Поняття інтернет-контенту. Синонімічний ряд поняття інтернет-контенту. Сутнісні риси інтернет-контенту.

Література основна: 1, 3.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Практичне заняття 2. Види інтернет-контенту (2 год.).

Види інтернет-контенту. Інтерактивність як принцип генерації сучасного інтернет-контенту. Феномен «атомізації» контенту у сучасній журналістиці. Домінанта відео та розважального контенту.

Література основна: 1, 3.

Література додаткова: 5, 7, 8

Практичне заняття 3 Варіативність запитів на контент в контексті теорії поколінь(2 год.).

Поняття «інтерактивність» та його сутнісні риси. Феномен «споживання інформації» («інформаційний фастфуд»). Явище «читач / користувач як співавтор» у сучасному медіа середовищі ЗМІ.

Література основна: 1, 3., 5

Література додаткова: 12, 15, 17

Практичне заняття 4 Види інтернет-контенту. (2 год.).

Покоління Х, Y, Z: специфіка запитів на контент. Феномен мультизадачної аудиторії. Контент-серфінг. Феномен нестачі / надлишку контенту. Нові види контенту: твіт-контент, розподілений контент, контент віртуальної реальності.

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 20, 31, 32, 40.

Практичне заняття 5 Системні характеристики унікального та неунікального інтернет-контенту(2 год.).

1. Поняття якісного та унікального / неунікального інтернет-контенту.

2. Функції неунікального інтернет-контенту.

3. Специфіка генерації унікального / неунікального інтернет-контенту.

SEO-оптимізація.

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 12, 17, 19, 21, 22.23

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Технології виробництва та просування інтернет-контенту

Тема 6. Управління інтернет-контентом. Технології створення мультимедійного контенту (2 год.).

1. Поняття мультимедійного контенту.
2. Технології створення мультимедійного контенту.
3. Сфери поширення мультимедійного контенту.

Література основна: 1, 2, 5.

Література додаткова: 15, 18, 22, 26, 28.

Практичне заняття 7. Технології генерації візуального контенту. (2 год.).

1. Поняття візуального контенту та його види.
2. Технології створення візуального контенту.
3. Специфіка створення інфографіки / інтерактивні інфографіки.

Література основна: 1, 4.

Література додаткова: 14, 21, 16, 19, 31

Практичне заняття 8 Технології просування / продажу інтернет-контенту (2 год.).

1. Технології просування та поширення залучаючого контенту.
2. Роль залучаючого контенту у соціальних мережах.
3. Технології просування / продажу інтернет-контенту

Література основна: 1, 4, 5

Література додаткова: 11, 15, 16, 39, 39. 41, 44

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кіл-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна кіл-ть балів
Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
Відвідування практичних занять	1	4	4	2	2
Робота на практичному занятті	10	4	40	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	2	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			80		58
Максимальна кількість балів	138				
Розрахунок коефіцієнта	$138:100=1,38$				

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I

Теоретико-методологічні та соціокультурні засади інтернет-контенту

Тема 1 Поняття інтернет-контенту. Візуальність як феномен сучасного медіа середовища

Завдання 1: Проаналізувати актуальні тренди сучасного медіа середовища. Визначити технологічні чинники трансформації інтернет-контенту. З'ясувати соціокультурні та економічні чинники змін в інтернет-контенті.

Завдання 2: Сформулювати роль візуальності у формуванні соціокультурної ідентичності сучасної людини та її презентації / самопрзентації у світі. Проаналізувати сучасну візуальну продукцію з точки зору «людини слуху» та «людини зору». Визначити специфіку візуалізації оффлайн та онлайн реальності

Тема 3 Варіативність запитів на контент в контексті теорії поколінь

Завдання: Проаналізувати сутнісні риси «покоління Х». Змодельовати процес сприйняття інтернет-контенту середньостатистичним представником «покоління Х». Проаналізувати сутнісні риси «покоління Y». Змодельовати процес генерації та сприйняття інтернет-контенту середньостатистичним представником «покоління Y». Проаналізувати сутнісні риси «покоління Z». Змодельовати процес генерації та сприйняття інформації середньостатистичним представником «покоління Z».

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II

Технології виробництва та просування інтернет-контенту

Тема 6. Управління інтернет-контентом. Технології створення мультимедійного контенту

Завдання1: Створити унікальний контент для соціальної мережі Facebook з медіаосвіти. Створити власний унікальний контент на тему «Медіаграмотність» для українського медіа середовища. Запропонувати неунікальний контент для просування ідеї медіаграмотності населення в українському медіа середовищі.

Завдання 2: Проаналізувати рівень ефективності управління корпоративним контентом веб-порталу Київського університету імені Бориса Грінченка. Сформулювати пропозиції щодо вдосконалення управління корпоративним контентом веб-порталу Київського університету імені Бориса Грінченка.

Тема 8 Технології просування / продажу інтернет-контенту

Завдання: Створити журналістський мультимедійний контент для інформаційного агентства (формату Укрінформу). На підставі хмарних технологій створити мультимедійний контент з тематики інформаційної безпеки. На конкретних прикладах проаналізувати особливості створення мультимедійного контенту для музеїв.

6.3 Критерії оцінювання самостійної роботи

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Основи виробництва медіапродукту: Виробництво інтернет-контенту» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок.

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Надайте визначення поняття «медіапродукт» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
2. Надайте визначення поняття «контент» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
3. Проінтерпретуйте інтернет-контент як індикатор культурної мобільності в різних культурних середовищах та мовних ареалах.
4. Класифікуйте медіапродукт за видами.
5. Класифікуйте інтернет-контент за видами.
6. Охарактеризуйте варіативність запитів на контент в контексті теорії поколінь.
7. Охарактеризуйте феномен мультизадачної аудиторії.
8. Охарактеризуйте феномен «споживання інформації» («інформаційний фастфуд»).
9. Охарактеризуйте явище нестачі /надлишку контенту.
10. Визначте основні риси унікального контенту.
11. Визначте основні риси неунікального контенту.
12. Надайте визначення поняття «якісний контент» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
13. Охарактеризуйте візуальність як домінанту сучасного медіа середовища.
14. Проінтерпретуйте розвиток розважального контенту в контексті ігрової природи медіа.
15. Надайте визначення поняття «мультимедійний контент» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
16. Визначте основні характеристики мультимедіа.
17. Охарактеризуйте створення мультимедійного контенту як особливий вид діяльності в медіа середовищі.
18. Охарактеризуйте специфіку використання мультимедійного контенту в сучасному культурному середовищі.

19. Охарактеризуйте тенденції розвитку світового ринку цифрового контенту.
20. Охарактеризуйте екосистему цифрового контенту.
21. Охарактеризуйте способи та особливості споживання цифрового контенту.
22. Охарактеризуйте способи доставки цифрового контенту.
23. Надайте визначення поняття «користувач» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
24. Охарактеризуйте принципи структурування контенту.
25. Надайте визначення поняття «гіпертекст» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
26. Надайте визначення поняття «інтерактивність» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
27. Надайте визначення поняття «інфографіка» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
28. Охарактеризуйте специфіку мобільного контенту.
31. Охарактеризуйте особливості відеоконтенту.
32. Визначте та охарактеризуйте види контенту для веб-сайту.
33. Надайте визначення поняття «корпоративний контент» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
34. Охарактеризуйте види та типи контенту в соціальних мережах.
35. Охарактеризуйте специфіку контенту як засобу просування веб-сайту.
36. Охарактеризуйте тенденції розвитку контент-маркетингу.
37. Охарактеризуйте феномен мультизадачної аудиторії.
38. Охарактеризуйте надлишок / нестачу контенту як актуальний тренд сучасного мас-медійного простору.
39. Охарактеризуйте феномен «атомізації» контенту у сучасному медіа середовищі.
40. Надайте визначення поняття «залучаючий контент» та охарактеризуйте його сутнісні риси.
41. Охарактеризуйте технології створення та поширення залучаючого контенту.
42. Визначте роль залучаючого контенту у соціальних мережах.
43. Охарактеризуйте моделі монетизації мультимедійного контенту.
44. Охарактеризуйте можливості збільшення попиту на мережний мультимедійний контент.
45. Охарактеризуйте явище спонсорського контенту.
46. Охарактеризуйте системи управління контентом.
47. Охарактеризуйте світовий досвід фільтрації та бокування небажаного контенту.
48. Охарактеризуйте специфіку управління корпоративним контентом та контентом колективного користування.
49. Охарактеризуйте актуальні стратегії монетизації контенту.
50. Охарактеризуйте платформи монетизації контенту.
51. Охарактеризуйте міжнародний досвід монетизації інтернет-контенту.
52. Визначити сутнісні риси контенту для блогів та соціальних мереж.
53. Визначити сутнісні риси контенту для інтернет-маркетингу.
54. Охарактеризуйте нові види контенту (твіт-контент, контент віртуальної реальності).

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
відмінно	100-90
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ

Разом: 60 год., з них: лекційні – 4 год., семінарські – 12 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 40 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V
Модулі	Змістовий модуль I Теоретико-методологічні та соціокультурні засади інтернет-контенту			Змістовий модуль II Технології виробництва та просування інтернет- контенту	
Лекції	1			2	3
Дати					
Теми лекцій	Поняття інтернет-контенту. Візуальність як феномен сучасного медіа середовища -1 б.			Управління інтернет- контентом. Технології створення мультимедійного контенту -1 б.	

Теми практичних занять	Трансформація сучасної медіа аудиторії - 11 б	Варіативність запитів на контент в контексті теорії поколінь. – 11 б.	Види інтернет-контенту.- 11 б.	Системні характеристики унікального та неунікального інтернет-контенту. -11б.	Технології генерації візуального контенту. - 11 б.	Технології просування / продажу інтернет-контенту. – 11 б.
Самостійна робота	(5 балів)		(5 балів)		(5 балів)	(5 балів)
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)				Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	
Підсумковий контроль	залік					

8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

Основна

- Захарченко А. Інтернет-медіа. Навчальний посібник до курсу «Підтримка сайту» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dl.dropboxusercontent.com/u/17050832/Internet-media.pdf>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
- Підручник з крос-медіа / видавці: Іоанна Нарчіса Крецу, Міхаїл Гузун, Любов Василик; перекл. Ана Лехінтан та ін. – Sibiu: Schiller Publishing House, 2015 // Електронний ресурс]. – Режим доступу: // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bestapp.menu/vizualizaciya-i-otkrytye-dannye-glavnyu-trendy-vmediaindustrii/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
- Посібник з прав людини для інтернет-користувачів та Пояснювальний меморандум // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016802e3e96>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017)
- Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика: навч. посіб. / Б.В. Потятиник [Текст]. – Львів: ПАІС, 2010. – 244 с.
- Craig Silverman, Steve Buttry та ін. A definitive guide to verifying digital content for emergency // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://verificationhandbook.com/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).

Додаткова:

- Активная и пассивная формы потребления информации // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/uroki/2-1-formiponimaniy.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
- Амирханова Г. Визуализация и открытые данные – главные тренды в медиа индустрии // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bestapp.menu/vizualizaciya-i-otkrytye-dannye-glavnyu-trendy-v-mediaindustrii/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
- Андерсон К. Монетизация СМИ: нетрадиционные источники дохода как средство решения проблемы / К. Андерсон [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

- <http://newreporter.org/2013/07/11/monetizaciya-smi-netradicionnyeistochniki-doxoda-kak-redstvoresheniya-problemy/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
9. Андрей Мирошниченко о роли дефицита и избытка в медиа и не только // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.mmr.ua/news/id/andrejmiroshnichenko-o-rol-i-deficita-i-izbytka-v-media-i-ne-tolko-44608/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
10. Баруткина Л.П. Мультимедийный контент как основа музейного сайта / Л.П. Баруткина [Текст] // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – Том 200 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/multimediynny-kontent-kak-osnova-muzeynogo-sayta>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
11. Баяндина Ю. 20 типов контента / Ю. Баяндина [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.mann-ivanov-erber.ru/2014/02/07/dvadcatipov-kontenta/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
12. Белоусова М.Н. Создание мультимедийного контента – особый вид деятельности журналиста / М.Н. Белоусова [Текст] // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – №6 (260). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 64. – С. 30 – 33 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lib.csu.ru/vch/260/006.pdf>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
13. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа / Ж. Бодрийяр [Текст] / Пер.» с фр. М.М.Федоровой // Поэтика и политика: Альманах российско-французского центра социологии и философии Ин-та социологии РАН, М., Спб: Институт экспериментальной социологии, Алетейя, 1999.
14. Бонькина М. Особенности создания мультимедиа-контента для музеев / М. Бонькина [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.avclub.pro/articles/kultura-i-iskusstvo/kuda-privodyat-mechty-osobennostisozdaniya-multimediynogo-kontenta-dlya-muzeev/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
15. Вартанова Е.Л. Современный медиабизнес и фрагментирующиеся аудитории / Е.Л. Вартанова [Текст] // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2006. – №1 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mediascope.ru/%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%B1%D0%B8%D0%B7%>
16. Верификация пользовательского контента: советы, онлайн-инструменты для медиа // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://newreporter.org/2016/06/07/verifikaciya-polzovatel'skogo-kontenta-sovetyonlajn-instrumenty-dlya-media>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
17. Виды контента // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://seoin.ru/poiskovaya-optimizaciya/58-vidy-kontenta.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
18. Визуальный контент и средства визуальной коммуникации // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://comagency.ru/vizualnyj-kontent-kak->
19. Визуальный контент: 5 распространенных ошибок // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://darksiteofmarketing.com/stati/vizualnyi-kontent-5-rasprostranennyh-oshibok.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
11. Баяндина Ю. 20 типов контента / Ю. Баяндина [Текст] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://blog.mann-ivanov-erber.ru/2014/02/07/dvadcatipov-kontenta/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
12. Белоусова М.Н. Создание мультимедийного контента – особый вид деятельности журналиста / М.Н. Белоусова [Текст] // Вестник Челябинского государственного университета. – 2012. – №6 (260). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 64. – С. 30 – 33 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lib.csu.ru/vch/260/006.pdf>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
13. Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа / Ж. Бодрийяр [Текст] / Пер.» с фр. М.М.Федоровой // Поэтика и политика: Альманах российско-французского центра социологии и философии Ин-та социологии РАН, М., Спб: Институт экспериментальной социологии, Алетейя, 1999.

14. Бонькина М. Особенности создания мультимедиа-контента для музеев / М. Бонькина [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.avclub.pro/articles/kultura-i-iskusstvo/kuda-privodyat-mechty-osobennostisozdaniya-multimediynogo-kontenta-dlya-muzeev/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
15. Варганова Е.Л. Современный медиабизнес и фрагментирующиеся аудитории / Е.Л. Варганова [Текст] // Электронный научный журнал «Медиаскоп». – 2006. – №1 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%B1%D0%B8%D0%B7%>
16. Верификация пользовательского контента: советы, онлайн-инструменты для медиа // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2016/06/07/verifikaciya-polzovatelskogo-kontenta-sovetyonlajn-instrumenty-dlya-media>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
17. Виды контента // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://seoin.ru/poiskovaya-optimizaciya/58-vidy-kontenta.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
18. Визуальный контент и средства визуальной коммуникации // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://comagency.ru/vizualnyj-kontent-kak-sredstvovizualnoj-kommunikacii>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
19. Визуальный контент: 5 распространенных ошибок // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://darksiteofmarketing.com/stati/vizualnyi-kontent-5-rasprostranennyh-oshibok.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
20. Вьюгина Д.М. Цифровые стратегии медиабизнеса в условиях изменяющегося медиапотребления / Д.М. Вьюгина [Текст] // Медиаскоп. – 2016. – №4 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2233>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
21. Герасименко А. Потребление информации: 34 Гб на человека в сутки // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.3dnews.ru/584161>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
22. Глосарій сфери інтернет-реклами // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inau.org.ua/glossary/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
23. Глоссарий по управлению корпоративным контентом (Enterprise Content Manager, ECM) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ecm.blogic20.ru/analytics/ecm-glossary>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
24. Годик Ю.О. «Цифровое поколение» и новые медиа / Ю.О. Годик [Текст] // Медиаскоп. – 2011. – №2 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/838>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
25. Гунько И. Монетизация медиа: Три способа заставить читателя платить за контент / И. Гунько [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/6126-they-pay-for-it>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
26. «Движение за медленные новости» (Slow News Movement): здоровый подход к журналистике // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2016/08/18/dvizhenie-za-medlennye-novosti-slow-newsmovement-zdorovyj-podhod-k-zhurnalistike/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
27. Дебор Г. Общество спектакля / Г. Дебор [Текст] / Пер. с франц. С. Офертаса и М. Якубович. М., 2000. (Debor G. Obshchestvo spektaklya / Per. s frants. S. Ofertasa i M. Yakubovich. Moskva, 2000.).
28. Дмитрів Л. Якість текстового контенту сайту з погляду редактора / Л. Дмитрів [Текст] // Вісник Книжкової палати. – 2014. – №9.
29. Емелин В.А. Глобальная сеть и киберкультура. Гипертекст и постгутенберговая эра / В.А. Емелин [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://emeline.narod.ru/hipertext.htm>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).

48. Кирия И.В. Конструктивистский подход к медиамаркетингу / И.В. Кирия [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/6?page=1>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
49. Комова М. Керування контентом колективного користування / М. Комова [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n12/tv12-57.pdf>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
50. Контент // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seopult.ru/library/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%> вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
51. Контент. Види, властивості, методи створення контенту // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vse-prosto.xn--blag1aieg3e.xn--plai/kontent-vidivlastivosti-metodistvorennja.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
52. Контент-маркетинг в 2023 году: как изменится рынок через 10 лет // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vzaimopiar1.ru/kontent-marketing-2023-rynok-10-let.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
53. Короткова Е.Н. Медиа портал как средство создания качественного контента. Автореферат диссертации по филологии. М, 2009 / Е.Н. Короткова [Текст] // Известия Российского государственного педагогического университета им.А.И.Герцена. – 2008. – Выпуск №70 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://cheloveknauka.com/mediaportal-kak-sredstvo-sozdaniya-kachestvennogokontenta>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
54. Короткова Е.Н. Мультимедийные средства массовой коммуникации: контент и технологии / Е.Н. Короткова [Текст] // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена. – 2008 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimediynye-sredstvamassovoy-kommunikatsii-kontent-i-tehnologii>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
55. Лащук О.Р. Особенности требования к рерайтерским новостным материалам /О.Р. Лащук [Текст] // Медиаскоп. – 2-13. – №4 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/1433>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
56. Лащук О.Р. Рерайтерские новостные сообщения: создание и редактирование / О.Р. Лащук [Текст]. – М. : МедиаМир, 2013. – 264 с.
57. Лебедева Б.В. Проблемы монетизации контента / Б.В. Лебедева [Текст] // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №5 (360) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.csu.ru/vch/360/053.pdf>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
58. Лосева Н. Конвергенция и жанры мультимедиа / Н. Лосева [Текст] // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. М., 2010. С. 131– 134.
59. Луман Н. Реальность-масс-медиа / Н. Луман [Текст] / Пер. с нем. А.Ю.Антоновского, – М.: Практикс, 2005.
60. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешнее расширение человека / М.Маклюэн [Текст] / Пер. с англ. В. Николаева, закл. статья М. Вавилова. М., 2003.(Maklyuen M. Ponimanie Media: Vneshnee rasshirenie cheloveka / Per. s angl. V. Nikolaeva, zakl. stat'ya M. Vavilova. Moskva, 2003.).
61. Малинка В.Є., Захарченко А.П. Методика визначення фінансових моделей інтернет-медіа за допомогою аналізу їхнього контенту / В.Є. Малинка, А.П. Захарченко [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.academia.edu/29049958/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4>
62. Медиа и онлайн-комментарии: главное из отчета World Editors Forum // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2016/10/18/media-ionlajn-kommentarii-glavnoe-iz-otcheta-world>__

63. Медман Н. Сетевой мультимедийный контент: Потребителям нравится, но кому достанется прибыль? / Н. Медман [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iksmedia.ru/articles/31659-Setevoj-multimedijnyj-kontent-Potre.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
64. Мельник А. 9 главных трендов контента для блогов и СМИ, которые осваивает Уанет // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imena.ua/blog/media-trends/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
65. Методы монетизации Интернет-проектов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habrahabr.ru/post/158951/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
66. Мировое потребление информации: 9,570,000,000,000,000,000 байт в год // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://globalscience.ru/article/read/19296/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
67. Мирошниченко А. Дефицит и избыток информации в медиа // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://globalscience.ru/article/read/19296/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
68. Мобильный тренд // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://crashover.ru/blog/2011/01/21/mobile-trend/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
69. Монетизация видео-контента // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://videoticket.ru/about/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
70. Мультимедийность // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zhurnalistika.net/20110313201/teoriya-zhurnalistiki/zhurnalistika-i-internet/multimediinost.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
71. Навязчивая реклама, отталкивающая реклама, раздражающая реклама: (7 примеров антирекламы) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.esoonline>.
72. Наполнение сайта качественным контентом // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seo-akademiya.com/baza-znanij/kontent/chto-takoe-kachestvennyyikontent/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
73. Негативная реклама // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://knigi.link/svyazi-obschestvennostyu-upravlenie/negativnaya-reklama-34445.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
74. Неуникальный визуальный контент: возможность vs риск // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cossa.ru/155/66600/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
75. Нефедьева К.В. Инфографика - визуализация данных в аналитической деятельности / К. В. Нефедьева [Текст] // Тр. С.-Петерб. гос. ун-та культуры и искусств. – 2013. – Т. – 127. С. 89 – 93.
76. Основы медиабизнеса: учебник / под ред. Е. Л. Вартановой. М., 2014. 400 с. 43
77. Основные виды контента и способы их использования в B2B бизнесе // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://habrahabr.ru/company/sendpulse/blog/298206/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
78. Отчет The Media Briefing: возможности медиа в 2017 году // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2016/10/31/otchet-the-mediabriefing-vozmozhnosti-media-v-2017-godu/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
79. Первухин А. Эффективная контент-стратегия и корпоративный блог / А. Первухин [Стаття] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.seonews.ru/analytics/effektivnaya-kontent-strategiya-i-korporativnyyblog/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
80. Переход на мультимедийный контент // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.logrus.net/pages/ru-article-1210.aspx>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).

81. Плетнев З. 212 идей контента для блога и соц. сетей / З. Плетнев [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zushipletnev.com/212idey/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
82. Приоритеты медиасферы в 2017 году // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2017/01/18/priority-mediasfery-v-2017-godu/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
83. Продакт-плейсмент или спонсорский контент: что такое нативная реклама на самом деле // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/17891-what-isnative>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
84. Процесс создания контента. Шесть шагов от идеи до публикации // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://darksiteofmarketing.com/stati/process-sozdaniya-kontenta-shest-shagov-ot-ideido-ublikacii.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
85. Рождественская Я. Федеральная комиссия США по торговле заинтересовалась «спонсорским контентом» / Рождественская Я. [Статья] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2358303>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
86. Румянцев Д. Виды вовлекающего контента в социальных сетях / Д. Румянцев [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://madcats.ru/contentmarketing/vovlekeyshij-kontent/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
87. Савельев Д. Уникальность контента: развенчание главного SEO-мифа / Д. Савельев [Текст] // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/unikalnost-kontenta-razvenchanie-glavnogo-seo-mifa.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
88. Симакова С.И. Влияние новых технологий на визуальный контент журналистских материалов / С.И. Симакова [Текст] // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – №5 (360) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-novyh-tehnologiy-na44vizualnyy-kontent-zhurnalistskih-materialov>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
89. Система управления контентом сайта (CMS - content management system) - быть? // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prolabs.ru/ContentManagment/CMS/default.aspx>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
90. Системе управления контентом сайта (CMS - content management system) - быть? // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prolabs.ru/ContentManagment/CMS/default.aspx>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
91. Системы управления контентом, их функции, требования предъявляемые к ним // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://joomla.ru/articles/sitesdevelopment/482-cms-requirements>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
92. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С.И. Сметанина [Текст]. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002.
93. Создание видеоконтента с помощью мобильных устройств. 10 форматов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2016/10/19/sozданиеvideokontenta-s-pomoshhyu-mobilnyh-ustrojstv-10-formatov>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
94. Создание мультимедийного контента // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://utilitka.com/obzory/72-sozдание-multimediynogo-kontenta.html>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
95. Спонсорский контент: локальные издания для локальной рекламы // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mediamedia.me/2013/10/sponsorskiykontent-lokalnyie-izdaniya-dlya-lokalnoy-reklamyi>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).
96. Статистика использования мобильных технологий в режиме реального времени // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newreporter.org/2016/07/20/statistika-ispolzovaniya-mobilnyh-tehnologij-vrezhime-realnogo-vremeni/>, вільний. – Назв. з екрану (дата звернення: 01.09.2017).